

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring berkembangnya zaman dari waktu ke waktu, yang diiringi dengan perkembangan ilmu dan teknologi, telah membawa manusia kearah modernisasi dan globalisasi. Globalisasi membawa pengaruh yang sangat besar yaitu *fun* (senang), *food* (makanan), dan *fashion* (gaya). Ketiga aspek ini sangat melekat dalam keseharian hidup manusia. Terutama dalam hal *fashion*, karena hampir semua bangsa memiliki ciri khas dalam menciptakan *trend fashion* di masing-masing negaranya, di setiap negara memiliki *trend fashion* tersendiri dan persepsi yang berbeda-beda dalam mengekspresikan tentang *fashion*, sehingga dunia *fashion* itu ada tanpa memiliki batasannya.

Perkembangan *fashion* di Indonesia sendiri bisa dikatakan berkembang pesat, hal ini didukung dari berbagai sisi, baik desainer lokal yang semakin potensial, tingkat perekonomian yang membaik, pihak yang memegang peran penting dalam mempengaruhi *fashion* di Indonesia adalah APPI (Asosiasi Perancang Pengusaha Mode Indonesia), yang beranggotakan perancang dan pengusaha yang bergerak di bidang mode Indonesia. Ciri khas *fashion* di Indonesia sendiri adalah batik dan kebaya. Salah satu sentral industri batik yang sangat terkenal di Indonesia adalah di wilayah Kota Surakarta, yang berada di kampung Laweyan dan Kauman, sering disebut dengan kampung batik Laweyan dan kampung batik Kauman. Batik merupakan karya seni asli Indonesia yang telah diakui oleh UNESCO, bahkan pemerintah menetapkan tanggal 2 oktober sebagai “hari batik”. Dahulu batik hanya sebagai pakaian adat tradisional yang hanya dikenakan oleh golongan orang tua, namun kini telah berkembang menjadi pakaian yang trendi dan elegan, digemari dari beberapa kalangan mulai dari anak-anak, remaja hingga orang tua.

Di tengah pengaruh globalisasi yang masuk ke Indonesia, pemunculan batik dengan gaya trendi memang sangat menarik perhatian. Baju dari tekstil tradisional yang dirancang modis ternyata bisa tampil segar, ringan dan disukai masyarakat. Batik sebagai salah satu kekayaan budaya bangsa Indonesia mempunyai nilai yang tinggi dan abadi sepanjang masa. Namun tetap harus dilakukan upaya untuk melestarikannya. Berdasarkan kecintaan kepada batik, para pengrajin batik berupaya untuk mengangkat batik menjadi bagian penting dalam dunia *fashion* saat ini, yaitu dengan menciptakan kreasi batik dalam bentuk desain produk yang lebih modern.

Penggunaan kain batik sebagai bahan pakaian dilakukan oleh berbagai golongan masyarakat dari tingkat strata sosial yang terendah hingga golongan raja dan bangsawan, yang membedakan hanya kualitas kain dan corak yang telah diatur oleh penguasa lokal Surakarta. Menurut Phesolo, pada awal abad ke-20 masyarakat Belanda yang tinggal di Surakarta juga telah ikut menggunakan kain batik dan kebaya sebagai pakaian sehari-hari dan biasanya yang banyak menggunakan adalah kaum perempuan.

Berbagai corak mulai dari batik kuno hingga corak batik modern menyebar luas di pasaran. Penggunaan corak batik tidak hanya ada di baju, rok, dan celana. Corak batik kini melekat di tas, mukena, sarung, dan *accessories*. Hal ini menandakan bahwa batik menjadi gaya hidup dan kelas sosial masyarakat dalam mengekspresikan tampilannya, baik dalam acara resmi atau tidak resmi. Menurut Wahyu (2012:3), “Batik yang kira-kira 20 tahun yang lalu hanya berkonotasi daster atau baju rumah, kini dikenakan untuk bekerja ke kantor atau berorganisasi, sebagai busana santai, busana pesta, dan lebih jauh lagi diterapkan juga sebagai busana muslim. Pemakainya pun tak terbatas wanita dan pria dewasa”.

Berpakaian, sesungguhnya bukan sekedar memenuhi kebutuhan biologis untuk melindungi tubuh dari panas, dingin, bahkan serangan binatang, akan tetapi terkait dengan adat istiadat, pandangan hidup, peristiwa, kedudukan

atau status dan juga identitas. Pakaian merupakan salah satu penampilan lahiriah yang paling jelas di mana penduduk dibedakan dengan yang lain dan sebaliknya menyamakan dengan kelompok lainnya.

Perkembangan *fashion* yang terjadi saat ini membuat seorang konsumen akan lebih selektif dan lebih teliti ketika dihadapkan dalam sebuah proses pembelian. Menurut Sumarwan(2011:398), pembelian meliputi keputusan konsumen mengenai apa yang dibeli, apakah membeli atau tidak, kapan membeli, dimana membeli, dan bagaimana cara membayarnya.

Menurut Swastha dan Irawan dalam Suhaji (2012:2),

keputusan pembelian adalah pemahaman konsumen tentang keinginan dan kebutuhan akan suatu produk dengan menilai dari sumber-sumber yang ada dengan menetapkan tujuan pembelian serta mengidentifikasi alternatif sehingga pengambilan keputusan untuk membeli yang disertai dengan perilaku setelah melakukan pembelian. Untuk dapat memperoleh baju yang berkualitas dengan harga yang murah, maka diperlukan beberapa faktor agar konsumen tersebut tertarik untuk memutuskan pembelian, menurut Swastha dan Irawan ialah kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi kecil, keluarga, pengalaman, kepribadian, sikap dan kepercayaan, dan konsep diri.

Peneliti tertarik untuk meninjau keputusan pembelian, maka judul penelitian ini adalah, **“KEPUTUSAN PEMBELIAN BAJU BATIK DITINJAU DARI GAYA HIDUP DAN KELAS SOSIAL MASYARAKAT SURAKARTA TAHUN 2015”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Dampak globalisasi yang mempengaruhi gaya hidup masyarakat, sehingga seorang produsen batik harus mampu menciptakan inovasi dan kreasi baru.

2. Perbedaan kelas sosial atau strata dalam masyarakat membuat pembelian batik di bedakan sesuai dengan kelasnya.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, permasalahan mengenai keputusan pembelian sangat luas dan kompleks, maka penulis membatasi permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Keputusan pembelian adalah mencakup: alasan konsumen membeli, waktu konsumen melakukan pembelian, situasi lingkungan, dan kebutuhan konsumen.
2. Gaya hidup adalah mencakup: aktivitas, minat, dan pendapat.
3. Kelas sosial adalah mencakup: pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan.
4. Pengamatan dan penelitian ini terbatas pada kalangan masyarakat Surakarta tahun 2015. Data jumlah laki-laki dan perempuan diambil dari tahun 2013 yang diakses melalui situs Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Surakarta, dengan ketentuan umur yang ditetapkan 15 tahun sampai 74 tahun, sebab pada umur tersebut seseorang mampu membuat keputusan sendiri dalam membeli suatu produk. Menurut Sangadji dan Sopiah (2013:75-77):
 - a. Pasar Anak Remaja, ada diantara umur 7-19 tahun, namun pada masa kini mereka yang berusia anatar 16-29 tahun disebut Generasi X, yaitu pembelanja yang pandai.
 - b. Pasar *Baby Boomer*, mereka yang berumur antara 30-40 tahun, di mana mereka memasuki tahun-tahun puncak penghasilan dan pengeluarannya.
 - c. Pasar Dewasa, mereka yang berumur 55-64 (lebih dewasa), 65-74 (tua), 75-84 (sangat tua), dan di atas 85 tahun (renta).

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah diatas, maka dibuat perumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian baju batik pada masyarakat Surakarta tahun 2015 ?
2. Apakah kelas sosial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian baju batik pada masyarakat Surakarta tahun 2015 ?
3. Apakah gaya hidup dan kelas sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian baju batik pada masyarakat Surakarta tahun 2015 ?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian baju batik pada masyarakat Surakarta tahun 2015.
2. Untuk mengetahui pengaruh kelas sosial terhadap keputusan pembelian baju batik pada masyarakat Surakarta tahun 2015.
3. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup dan kelas sosial terhadap keputusan pembelian baju batik pada masyarakat Surakarta tahun 2015.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat terhadap baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Adapun manfaat penelitian ini antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi

perilaku pembelian bahwa gaya hidup dan kelas sosial memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Produsen

Sebagai bahan pertimbangan dan juga usaha dari perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan produk perusahaan dilihat dari faktor gaya hidup konsumen dan kelas sosialnya dalam masyarakat.

b. Bagi Konsumen

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan gambaran dan acuan dalam pengambilan keputusan pembelian baju batik yang sesuai dengan kebutuhan berdasarkan gaya hidup dan kelas sosialnya.

c. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan keputusan pembelian atau penelitian yang sejenis di masa yang akan datang.